

## ESTILS

# Fet a mà, venut a la xarxa

Artesans i aficionats es llancen a les plataformes d'internet per comerciar amb peces úniques

NEREIDA CARRILLO  
BARCELONA

L'ídol infantil Peppa Pig transformat en ninot d'amigurumi, una tècnica japonesa que es fa amb llana i punt de ganxet, va ser un dels productes més venuts a Lanukas l'últim Nadal.

Darrere Lanukas hi ha la Lucía Sánchez, una barcelonina enginyera de telecomunicacions i apassionada per tot el que està fet a mà. Els productes Lanukas, com la Peppa Pig, es poden trobar a Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, al blog del mateix nom i a Etsy, una plataforma *online* centrada en la venda global de peces singulars. Cada vegada més artesans i aficionats als productes fets a mà aprofiten els aparadors que ofereix internet per fer arribar les seves creacions del taller a casa del client.

Com la Lucía, la Jessica Bonet també ha obert una botiga virtual a Etsy, una pàgina de Facebook i un blog. El seu espai s'anomena Bocko i s'hi troben els collarets de diferents estils i colors que elabora. La Jessica confecciona aquestes peces de bijuteria des de fa sis anys. El seu *hobby* va arrencar de manera casual: "Vaig començar a desmuntar collarets i altres peces que ja no em posava", rememora. Estimulant la seva creativitat, ideava nous penjolls que primer van ser d'ús personal i després per regalar i vendre en cercles reduïts d'amics i familiars. Ara ha fet el salt a internet i explica per què: "No hi ha pràcticament cost a nivell d'infraestructura i és fàcil difondre't".

Darrere de La Rita Complements hi ha la

Mari Fouz i la seva història transcorre gairebé paral·lela a la de la Jessica. Va començar a fer bijuteria per a autoconsum i ara la posa en venda a través de Facebook, on es troben anells, penjolls brodats, polseres i collarets entre 10 i 26 euros, tots fets a mà a partir de teles. A diferència de la Jessica, la Mari no es va iniciar per casualitat, sinó pel mestratge de la seva mare, modista.

## Aparador i botiga, tot en un

Els casos de la Jessica, la Lucía i la Mari no són únics. Moltes persones que s'ho passen bé creant peces en llana, vidre, fusta i altres materials han decidit

intentar treure rendiment econòmic a la seva afició. I ho fan gràcies a les xarxes socials i a les plataformes com ara Etsy. El president de la Federació d'Associacions d'Artesans d'Ofici de Catalunya (FAAOC), Joan Farré, considera que per als artesans la xarxa és imprescindible. Explica que per als que treballen a partir de projectes, les webs són una "bona carta de presentació", mentre que els artesans que fan "productes d'ús" empen la xarxa com a botiga *online*, però també per mostrar amb quin zel s'elabora cada peça, amb vídeos que pengen a YouTube i que, segons Farré, eixamplen el coneixement i el gust per l'artesania.

Els vídeos de com treballa el vidre la Núria Torrente, llicenciada en història de l'art i formada a la Fundació Centre del Vidre de Barcelona, van ser la porta d'entrada a internet de Nutopia, el seu projecte empresarial. Anys enrere, Nutopia comercialitzava les petites joies de vidre amb distribuïdores, però a partir del 2009, explica la Núria, la crisi va fer forat als balanços i es van abocar a les fires tradicionals i a internet. Ara, de-

**01. Sota la marca La Rita s'hi amaga Mari Fouz, que va començar a aficionar-se al *do it yourself* pel mestratge de la seva mare, modista.** LA RITA  
**02. Núria Torrente elabora petites joies de vidre que ven sobretot a la xarxa.** NUTOPIA

talla, venen un 70% a la xarxa i només un 30% de les transaccions comercials són presencials.

La Núria treballa peces en què incrusta textos i fotografies al vidre. Per exemple, a la seva col·lecció *Carpe Diem* petites inscripcions a penjolls, arracades i anells insten a l'hedonisme. A Facebook convida els seus seguidors a encapsular els seus tatuatges en una joia de vidre. I alguns confessen allà mateix que s'ho estan pensant. La Núria explica que els clients que busquen peces artesanals necessiten veure'n mostres, rumiar-s'ho i preguntar. La compra es cou millor a la xarxa perquè permet aquesta gestació: "La comanda porta un procés més lent que es presta molt a fer per internet", explica la Núria.

## Personalitzar les peces

Igual com amb la Núria, els clients també contacten la Lucía per demanar peces personals. I són moltes les plataformes de comerç per internet que ofereixen aquesta opció. Amb els desitjos dels compradors virtuals, el catàleg del fet a mà esdevé infinit. A la Lucía una internauta li va enviar una fotografia del cantant Lenny Kravitz amb una bufanda grandíssima i li va demanar pressupost. La Lucía va acceptar el repte, es va posar a teixir i ara aquest model de bufanda es pot adquirir per 35 eu-







Jessica Bonet ven collarets fets a mà sota la firma Bockó, a través de la plataforma de venda online Etsy. BOCKO

ros a la seva botiga d'Etsy, on exhibeix altres productes com ara un barret de ganxet en forma de mussol i una diadema de punt.

La Lucía explica que els seus màxims clients a la xarxa són dones joves amb fills. Cada mes Lanukas gestiona entre 6 i 10 comandes d'arreu que triga a servir un màxim de 10 dies. "El fet d'estar a la xarxa et dona la possibilitat d'arribar a clients potencials que en una fira no trobaries", explica Joan Farré. Núria Torrente ho corrobora: per internet envia encàrrecs a Itàlia, Romania, Portugal i França, on, a més, s'inclouen en una web de joies personalitzables anomenada *Un coin d'atelier*. Internet promou la venda global, però també esperona les connexions locals. La Mari Fouz explica que si els seus clients són de Barcelona queda amb ells per lliurar-los les peces personalment. "A la gent li agrada saber com ho fas i els materials que utilitzes", comenta. I els confessa llavors, per exemple, el secret dels anells de flors, trenats amb les tires que s'empren per cordar els davantals i les bosses del pa.

Joan Farré puntualitza que si bé la xarxa permet a tothom vendre productes fets a mà, s'ha de diferenciar entre els que són artesanía i els que són manualitats. Però augura que les persones que a través d'un producte molt concret comencen a aprendre la tècnica poden ser "els nous artesans". El moviment global del *do it yourself* (DIY) pot ser l'embrió dels artesans del futur. La Jessica veu com un horitzó possible transformar en feina l'afició: "No era el meu objectiu professional, però ho podria acabar sent perquè a través d'Internet puc fer una prova pilot sense assumir gaires riscos i veure si funciona".

Internet pot reconvertir una afició en un ofici. Però també ajuda a fer que un oficilligat a l'entorn com el d'artesà sigui global. La Núria confessa que, per a ella, passar d'un client absent a un altre de participatiu a través de la xarxa li ha suposat "un canvi total de xip". Li agrada "la connexió amb el client final", que, a través dels seus comentaris, influeix "en el procés, tant a nivell d'opinions com de guia i d'autoestima".

03. Lucía Sánchez és la mà que hi ha darrere la firma Lanukas.

04. Els ninots amigurumi són una de les seves especialitats.

05. Cada mes, Lanukas gestiona entre 6 i 10 comandes d'arreu, com ara aquestes polseres de colors. LANUKAS

A la xarxa